

2025年5月27日

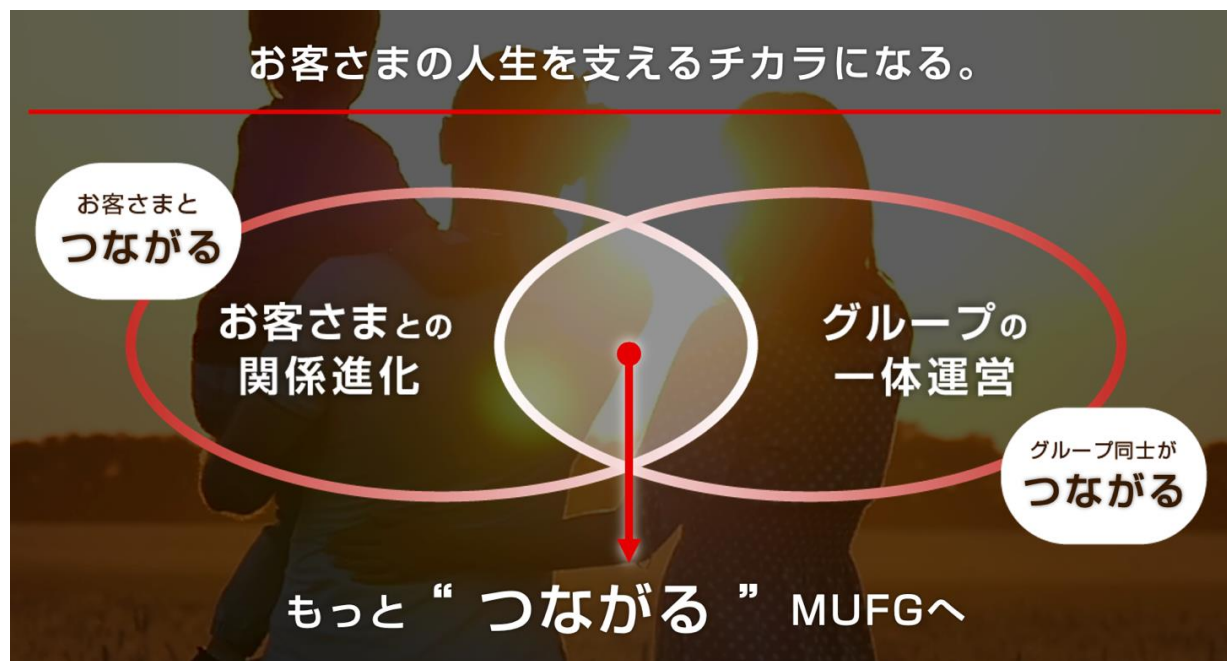
株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ

MUFGリテール戦略の進捗と今後の方向性について

株式会社三菱 UFJ フィナンシャル・グループ（代表執行役社長 ^{かめざわ ひろのり} 亀澤 宏規、以下 MUFG）は、本日、新リテール戦略構想を発表しました。

「金利ある世界」の到来や、資産運用への意識の高まり、デジタル化の進展に伴い、金融サービスを取りまく環境は大きな変化を迎えています。このような変化の激しい時代のなかで、「世界が進むチカラになる。」を掲げるMUFGは、全ての方々にわかりやすく、生涯にわたってお任せいただけるような金融サービスを提供していく責務があると考えています。

新リテール戦略では、お客さまとの“つながり”をより深めるため、MUFGの広範なグループネットワークや多様な金融機能の“つながり”を一層強化することでお客さまとの接点を拡大し、「MUFGで良かった」と感じて頂ける顧客体験の提供を実現します。日常にも人生にも寄り添い、様々なニーズに柔軟に応えるために、もっと“つながる”MUFGをめざします。



1. 新サービスブランド「エムット」のリリース

全ての人々にお金をもっと明るく、身近に、前向きに感じてもらうための「やさしい金融サービス」をめざし、グループ共通の新しいサービスブランドを始動します。これに合わせて、「エムット」を具現化する新商品・サービスもリリースします。「エムット」を中核に商品・サービス力を強化するとともに、「グループ間の“つながり”」を加速し、“便利”で“おトク”を一層強化します。

(1) 新ブランドの位置づけ・考え方



ライフステージ総合金融サービス「エムット」

「MUFG」による「みんな」の「お金まわり」を支えるブランド

「お金のあれこれ、まるっと。」をスローガンに、あらゆる人の、あらゆる日常、ライフステージにやさしく寄り添い、お客さまの豊かな人生の実現を生涯にわたってサポートしていきます

【別紙】『すべての人がお金により明るく、前向きに向き合えるように。』

MUFGから新たな金融サービスブランド「エムット」始動』

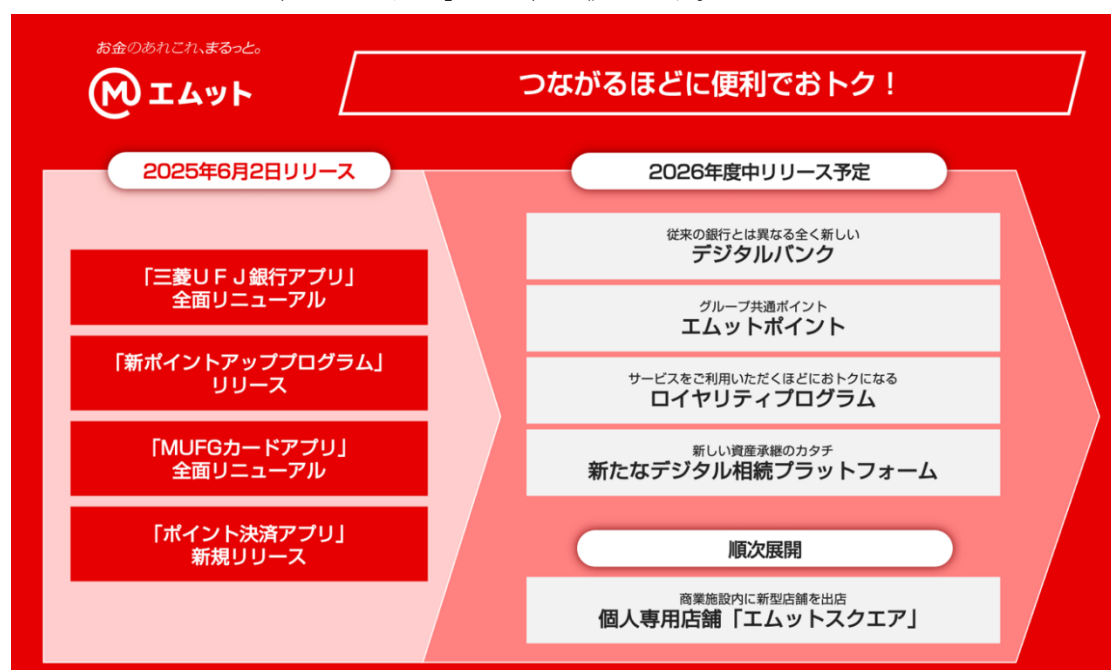
https://www.mufg.jp/dam/pressrelease/2025/pdf/news-20250527-002_ja.pdf

(2) 「エムット」を具現化する新商品・サービス

No.	サービス名称	内容
1	三菱 UFJ 銀行アプリ	MUFG の各種サービスに簡単にお申込・お取引内容を一覧化できる「資産総合管理アプリ」へリニューアル
2	新たなポイントアッププログラム	日常生活の中で無理なくポイント UP、日常の買い物・食事で貯まり易いおトクなポイントアッププログラムリリース

(3) 今後の展開予定

「エムット」のコンセプトをより発展・進化させていくため、26年度中に様々な展開を予定しています。お金のことにストレスを感じず、一人ひとりが自分らしい人生を歩む、そんな日がくるまで、「エムット」は進化し続けます。



2. デジタルバンクの設立について

本邦のリテール金融を取り巻く環境変化を踏まえ、お客さまのニーズにより一層迅速かつ的確に対応するため、2026年度後半の開業をめざし、全く新しいコンセプトのデジタルバンクを立ち上げます。いわゆるネット専業銀行ではなく、三菱UFJ銀行の店舗網や金融のプロによるアドバイスもご利用いただける、デジタルとリアルの「いいとこ取り」としての唯一無二の存在となります。デジタルバンクを支える基盤にはGoogle Cloudのクラウド技術を活用、柔軟な基盤を通じて魅力的な手数料・金利水準を実現します。

また、デジタルバンクの中核機能の一つとして、ウェルスナビ株式会社（以下 ウェルスナビ）と共同開発を進めている総合アドバイザリー・プラットフォーム・MAP（Money Advisory Platform）の実装を予定しており、MUFGグループ 約6,000万人の顧客のデータやAI技術を活用し、お客さま一人ひとりの状況やライフステージ・ライフイベントに寄り添った一人別の最適提案を実現し、革新的・シームレスな新しい顧客体験を提供します。



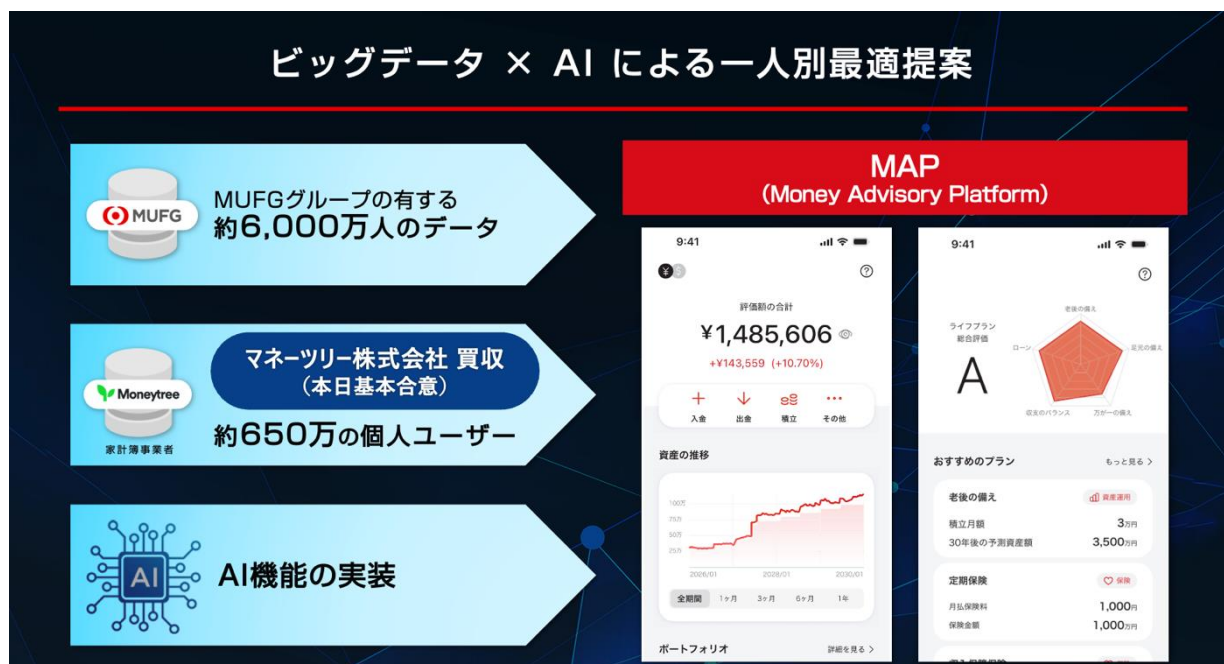
3. マネーツリーの株式譲渡に向けた基本合意について

MUFGの連結子会社である株式会社三菱UFJ銀行（以下 三菱UFJ銀行）および三菱UFJ銀行の連結子会社であるウェルスナビならびにマネーツリー株式会社（以下 マネーツリー）は、本日付で、マネーツリー（以下 マネーツリー）の株式譲渡に向け、三社およびマネーツリーの経営株主の間で、基本合意書を締結しました。

マネーツリーは、安全・オープンな金融データ基盤を通じて2,500以上の金融機関・サービスと接続し、約120社の金融機関、ERP・会計ソフトウェア会社、フィンテック企業などに対して「Moneytree LINK」のAPIサービスを提供するほか、個人向けには銀行口座、クレジットカード、電子マネー、マイル・ポイント、証券口座を自動で一括管理する個人資産管理サービス「Moneytree」を提供する信頼性の高い金融データプラットフォームです。

MUFGは、同社が有する豊富なデータや、複雑な金融機関の様々な情報を効率的かつ正確に収集することのできる技術力の高さ、お客さまの資産情報を守る高いセキュリティの信頼性を高く評価しており、今後はデジタルバンクにおけるMAP機能との連携や中小企業領域におけるAI審査モデルへの活用など、様々な領域での協業を予定しております。

ビッグデータ × AI による一人別最適提案



【別紙】『マネーツリー株式会社の株式譲渡に向けた基本合意書締結について』

https://www.mufig.jp/dam/pressrelease/2025/pdf/news-20250527-003_ja.pdf

4. ネット証券戦略の進捗について

三菱UFJ eスマート証券株式会社（以下 eスマート証券）及びウェルスナビの完全子会社化により、“貯蓄から投資”ニーズへの対応力を一層強化しています。25年3月にはeスマート証券の口座と三菱UFJ銀行の口座とのオートスイープ機能をリリース、また同年4月には三菱UFJカードによるクレカ積立をスタートし、高水準のポイント還元を実施しています。また、安心してお取引頂けるよう、FIDO（Fast Identity Online）導入によりセキュリティの強化も検討してまいります。

グループ内にネット証券とロボアドバイザーサービスを有する強みを活かして、スピード感のある戦略を打ち出し、銀行・カード・証券を、よりつながりやすく、よりおトクなサービスにしていまいります。

5. MUFGリテール戦略の方向性について

(1) MUFGリテールの強み

圧倒的な規模・顧客基盤

- ・「金利ある世界」において重要な個人預金量は、25/3月期時点で約93兆円と圧倒的な規模を誇っているだけでなく、過去5年間の預金増加額も約14兆円となっており、他社との車間をさらに拡大しています。個人預金口座数約3,400万に加え、住宅ローン残高も約14兆円に達する等、強固な顧客基盤を築いています。

リアル・リモート・デジタルチャネル

- ・リアル・リモート・デジタルの3チャネルを組み合わせ、お客さまが自らのニーズに合ったチャネルをお選びいただけるよう広範な店舗ネットワークを構築しています。
- ・国内約420店舗のリアルチャネル（店舗）は、営業員約17千人を配置、プロのアドバイスを気軽に受けられる場としてネット専業銀行にはない「付加価値提供の場」を提供します。
- ・「三菱UFJアプリ」は利用者数1,000万人を超え、国内金融機関トップクラスです。

豊富なグループ機能・サービス

- ・MUFGは、銀行、信託、証券、カード、資産運用など、多岐にわたる機能・サービスを提供しており、個人が一生で必要とする金融機能のすべてを有する唯一の金融グループです。

- ✓ 「金利ある世界」での圧倒的預金量。過去5年で約14兆円の増加
- ✓ 店舗網とデジタル基盤もトップクラス。約17,000人の営業人員

圧倒的な規模・顧客基盤

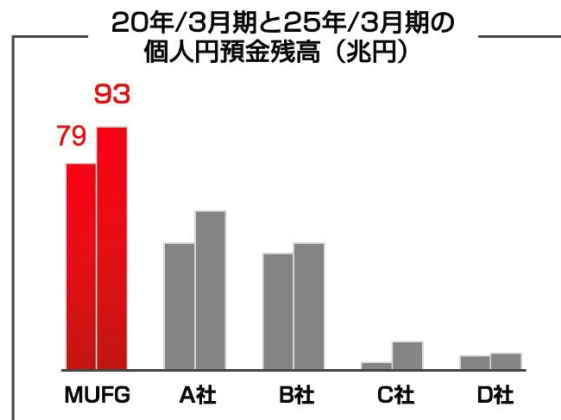
約3,400万顧客、個人預金約93兆円、住宅ローン約14兆円

リアル・リモート・デジタルチャネル

国内約420店舗、銀行アプリ利用1,000万超、営業員約17千人

豊富なグループ機能・サービス

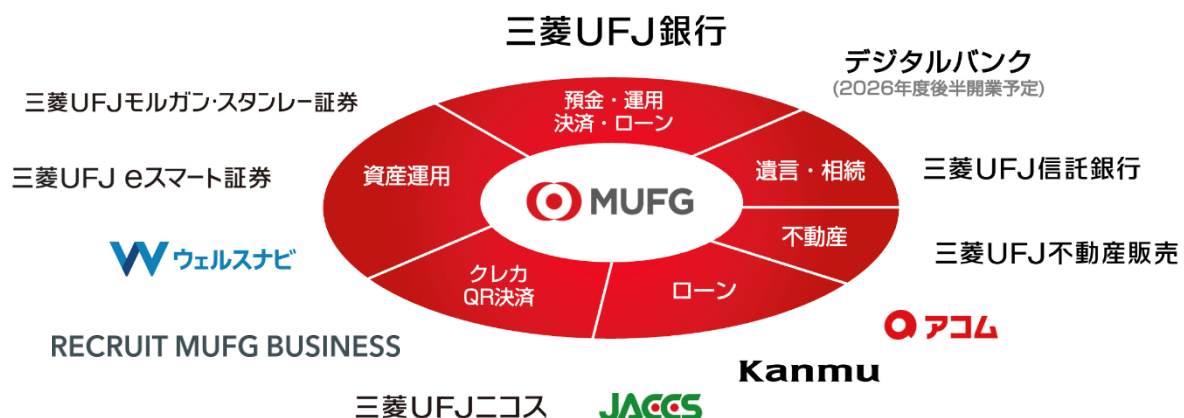
個人が一生で利用する金融サービスのすべてが完結



(2) 中核金融機能のグループ化、事業ポートフォリオの再編

MUFGは金融のプロフェッショナルとして、中核的な金融機能・サービスのグループ化を進めてまいりました。23年度の株式会社カンム、昨年度のeスマート証券およびウェルスナビの完全子会社化に加え、全保連株式会社の連結子会社化、そして株式会社ジャックスの持分引き上げも公表しています。これにより、資産運用、決済・カード、ローン領域の機能を強化し、グループの総合力を一段階引き上げることにつながると考えています。

お客さまが一生で利用される必要な機能・サービスを、安心・安全に責任もってご提供する体制が整っています。



(3) AI・データ活用によるLTV経営進化、グローバル企業との協業

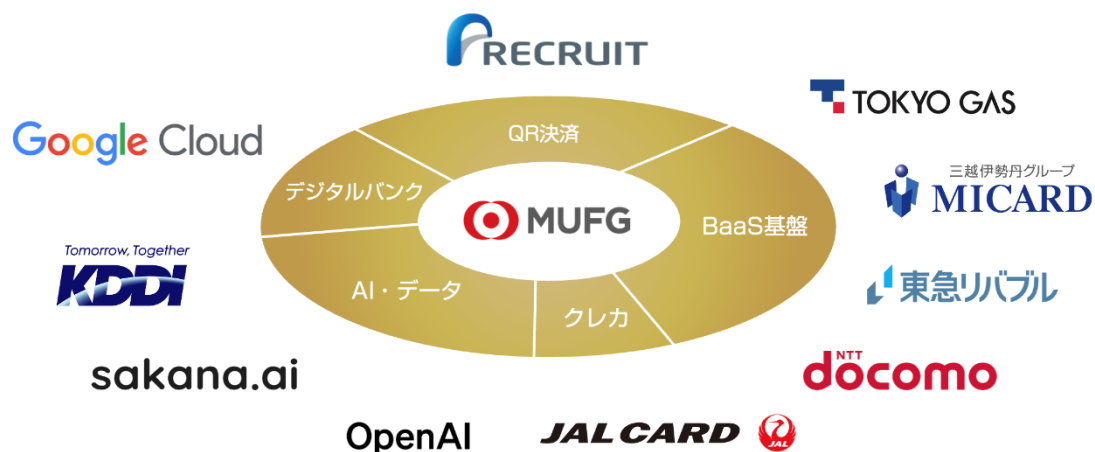
リテール分野ではデータの量と質が競争力を大きく左右すると考えております。MUFGグループは約6,000万人の顧客基盤とマネーツリーが有する約650万人分の家計データ等を活用し、一人ひとりのお客さまにとって最適な提案が可能となる基盤を構築します。また、AIについては、Sakana AI株式会社やKDDI株式会社と協働し、AIエージェントや金融特化LLM（大規模言語モデル）の開発を進め、あらゆる業務プロセスやお客さまへのサービスにAIを組み込むことをめざします。加えて、デジタルバンクではGoogle Cloudが有するクラウド基盤の活用を検討するなど、提供する機能やサービスについては国内外の有力企業との提携等を通じてアップデートをし続けます。

(4) オープン・プラットフォームによる顧客価値の展開

中核的な金融機能・サービスはグループで一体的なサービス提供を行う一方で、経済圏はオープンにパートナー企業と広く連携してまいります。

株式会社リクルートとは、共同で運営するQR決済「COIN+」を中心に、双方向で連携を進め、それぞれの利用者にとって最善の顧客価値を提供してまいります。また、2022年より取り組んできたBaaS（Banking as a service）事業は、2025年4月に預金口座開設や口座サービスなどの複数の機能を備えた汎用的なBaaS基盤「&BANK（アンドバンク）」の提供を開始しました。

「&BANK」は、広くプラットフォームを提供するものであり、資産運用などの機能に特化したBaaSと合わせて、足元11社とサービス提携契約を締結済みです。また、デジタルバンクは、さらに利便性の高いBaaS基盤として活用可能とする予定であり、今後もBaaS事業を推進してまいります。MUFGは経済圏を閉じることなく、金融機能のオープン・プラットフォーム化を通じて、幅広いお客さまに中長期で信頼できる、また便利でおトクでもあるサービスの提供をめざしてまいります。



(5) 重視するKPI等について

リテール業務の特性を踏まえ、グループの戦略における最重要KPIは「LTV（生涯提供価値）×顧客基盤」に設定をしています。LTVを高めるうえでのカギは「金利ある世界」においては特に粘着性の高い預金であり、その預金量増加には「グループ間の複数サービス利用率」が大きく貢献することがデータからも確認されています。MUFGは過去5年間での個人預金額の増加額がメガ・ネット系金融機関中トップであり、引続き、顧客体験価値の向上によって、メイン口座としてご利用いただくケースを増やすことで、円預金や各種ローン、資産運用など

の収益増強をめざしてまいります。

MUFGには、毎日の生活に不可欠なクレジットカードやキャッシュレス決済だけでなく、資産運用から相続に至るまで、生涯に必要なお金にまつわる様々なサービスが揃っています。サービス間のつながりをアップデートし、お客さまの日常にも人生にも寄り添い、多様なニーズにお応えすることで、「お客さまの人生を支えるチカラになる」べく、進化を続けてまいります。

以 上